Poli, è triplete per il gin. Arriva sul mercato Marconi 44 dal tocco agrumato

20230908122610img-5529-4671bc85

Un terzo gin si aggiunge al portafoglio Poli. La distilleria con sede a Schiavon, a due passi da Bassano del Grappa, ha ribadito il suo forte interesse per questo spirit, ancora oggi di grande tendenza, e per festeggiare i suoi 125 anni di attività ha presentato il nuovo **Marconi 44**, che si aggiunge alle referenze già esistenti 42 e 46, inseriti sul mercato rispettivamente nel 2014 e nel 2016.

Da sapere che **il numero indica la gradazione alcolica del prodotto** e che, volutamente, fa riferimento ai numeri civici dove sono situati i vari edifici dello stabilimento dell'azienda veneta.

Con questo ultimo nato, dunque, si rende più pungente l'intensità del liquido. Il **processo di distillazione sposa il ginepro con una serie di botaniche tra le quali dominano gli agrumi**, dalla arance (dolci e amare) ai limoni e pompelmo rosa, tutti di accurata provenienza italiana.

"*Questo lancio risponde a una precisa richiesta di mercato che premia le note agrumate del gin* – spiega **Jacopo Poli**, membro della terza generazione della famiglia proprietaria e fondatrice dell'azienda trevigiana –. *Per arrivare al risultato finale abbiamo impiegato circa un paio di anni. Il consumo di base rimane quello miscelato e, in quest'ottica, avvieremo una serie di attività di tasting all'interno di una cerchia selezionata di cocktail bar e strutture alberghiere sparsi lungo la Penisola italiana, in collaborazione con i bartender e con i grossisti che servono i vari locali scelti*".

La grappa rimane il core business, ora il gin però triplica, mentre **un whisky ha esordito nei locali lo scorso anno**, senza dimenticare una piccola produzione di **brandy**. Viene spontaneo domandarsi se Poli intenda proseguire, abbracciando la produzione di altri spirit. "*Diciamo che di carne al fuoco ne abbiamo già tanta* – risponde lo stesso Poli –. *Detto questo, non nascondo che abbiamo timidamente a valutare un eventuale passo nel mondo del rum, ma per ora nulla di serio è stato fatto. Vedremo più avanti, anche perché ci piace proseguire verso prodotti alcolici con forte essenza e anima italiana*".

Piccola chiosa sul **caro prezzi legato al packaging** e non solo: "*Siamo sempre alle prese con un costo del materiale vetro molto alto, che da un anno e mezzo non accenna minimamente a scendere. Noi, inoltre, usiamo la versione cromatica per la bottiglia, che costa di più di quella trasparente. A ciò, si aggiungono spese energetiche solo in parte rientrate su livelli accessibili*".

Eppure la scelta dell'azienda è quella di **non riversare inflazione e prezzi materie prime sul consumatore finale**, come conferma il fatto che la bottiglia di Marconi 44, in enoteca, ha un costo, tutto sommato, abbastanza contenuto e pari a 33 euro.